

La prensa gráfica en el contexto de la videocultura.

Algunas aproximaciones a su morfología

María Elena Sanucci (*)

Cultura y medios: la estrategia de la sustitución

A través de las distintas épocas y a medida que el ser humano inventa y reinventa nuevos medios de expresión y comunicación, aparecen siempre presagios: se alzan voces proféticas que auguran la agonía, cuando no la muerte de creaciones anteriores desplazadas ineludiblemente por las novedades. Lo más reciente anula lo anterior y da un carácter sustitutivo al nuevo producto o artefacto.

Nuestra época es particularmente afecta a este tipo de planteos, que se fundamentan en la rapidez y la velocidad de los avances tecnológicos, en el deslumbramiento que producen (respondiendo siempre a deseos de actualización permanente) y en miradas «a la page» de la realidad, poco afectas a bucear y a comprender los procesos históricos.

Al respecto y en lo referido específicamente a los medios de comunicación masiva, han surgido, a lo largo del siglo XX, distintas posturas que dan cuenta de las problemáticas generadas por la sucesiva aparición de medios nuevos respecto de los preexistentes. Ello puede, en última instancia, resumirse como las sucesivas tensiones que provoca la relación comunicación- tecnología, con énfasis en esta última, según afirma con acierto Lilia Jorge: «Y no es que falten pronósticos, sino que en la mayoría de los casos éstos se encuentran más ligados al desarrollo de la técnica y la tecnología comunicacional que a lo específico del discurso periodístico y su significación social.»⁽¹⁾

Así, a través de este siglo, sucesivos: la fotografía después del dibujo, al periódico; el cine, a la radio y a la prensa; finalmente, hasta ahora, la computadora y los demás medios anteriores. La máquina sincrética y polifuncional, la condensación y la integración de los medios y formas expresivas en «multimedia».

Lo positivo del «discurso» es que, a partir de detractores y de la reflexión y el análisis y, de la limitación de campos y espaciales, de nuevos perfiles e identidades. Por lo tanto, pronosticar lo impronosticable, la aparición de nuevos medios y tecnologías, el cambio y una reconfiguración de la competencia como dentro del macrosistema de comunicación.

De ahí que resulte más probable la sustitución de la comunicación sustitutiva relacionada con el futuro, la visión histórica de la idea de proceso evolutivo. Como dijo Umberto Eco: «Debray, el inventor de la fotografía ha liberado al mundo de la imitación. Estoy seguro de que, sin el invento de Daguerre, el impresionismo no hubiera sido posible. Pero la idea de que la fotografía [sic] un rol anterior es demasiado absurda. Después del invento de Daguerre, los artistas no tenían obligados a servir como copistas, sino como creadores de imágenes que la vemos. Pero esto no es lo que el invento de Daguerre sólo alentara la idea de una tradición en la que la fotografía podría existir sin el modelo fotográfico, pasando sólo en el hiperrealismo de Hopper. La realidad es vista a través de la mirada fotográfica».

«Desde luego, la aparición de la fotografía y las tiras cómicas ha liberado a la literatura de las narrativas que tradicionalmente se hacían a cabo. Pero si existe algo que

eran pronósticos a la pintura; la radio; la televisión, por lo menos habría en crisis a su ductilidad de todos los demás y su carácter de

sustitución» es que, es, ha permitido de manera, la delimitación, de nuevos campos fructíferos que ser cómo la irrupción no ha producido, sino un cambio que permite tan sólo la complementariedad de la comunicación.

Se oponer, a la visión tecnológica y con la idea vinculada con la idea, por ejemplo, recordado que el mundo de los pintores del siglo XIX. Sin el invento de la fotografía no hubiera sido posible la tecnología abolicionista. Después de eso ya no se sentían los artesanos encargados de reproducir la realidad que el invento de Daguerre sólo alentara la idea abstracta. Existe una tradición moderna que no es sólo en la pintura sino también en los ojos del pintor a través de la mirada fotográfica.

El fin o de las tiras de ciertas tareas que llevar a la literatura posmo-

derna, existe porque se ha visto muy influida por las tiras cómicas o el cine. Esto significa que, en la historia de la cultura, nunca nada ha acabado con nada. En todo caso, lo ha cambiado profundamente.»⁽²⁾

Como es evidente, pues, se trataría de acercarse a un concepto de cultura más integral y abarcativo, que contuviera a los medios, y fuera orientado por una política atenta a las posibilidades de todos ellos.⁽³⁾

La página del diario y las pantallas: ¿miramos el diario?

En los noventa, ha aparecido con singular potencia, dentro del ya conocido discurso de la sustitución, la discusión sobre la posible desaparición del libro y del periódico, del material impreso en general, suplantados por el texto electrónico. Se trata de una problemática amplia y decisiva que conlleva variados planteos relativos a aspectos parciales: la dicotomía oralidad/escritura; la relación entre el texto verbal y la imagen; la oposición cultura de la imprenta/cultura televisiva; las características de la cultura impresa y sus aportes a través del tiempo; la lectura y los lectores, y las estrategias y los modos de lectura; el libro y el diario como objetos y como soportes textuales; la relación entre los diversos géneros; los diseños y estructuras; las retóricas nuevas confrontadas con las viejas...

Como camino hacia una futura línea de investigación, nuestro propósito consiste en tratar de detectar, dentro de tan profusa temática, algunos tópicos que permitan la caracterización de la prensa escrita actual e identificar en qué «ha cambiado profundamente», de acuerdo con las palabras ya citadas de Umberto Eco, al tener que instalarse en un contexto, primero, audiovisual y, últimamente, multimediático. Para ello parece apropiado seguir un recorrido que indague:

- algunas cuestiones relacionadas con el texto verbal periodístico, eje o centro -por lo menos, hasta ahora- de la prensa gráfica;

- la inclusión de la imagen en el discurso gráfico periodístico y las distintas relaciones que se establecen entre texto verbal y texto icónico: en síntesis, las

propiedades paratextuales del periódico;

- la influencia del discurso televisivo sobre la prensa, tanto en el texto verbal como en el paratexto.

Correlativamente:

- los modos de lectura de la imagen televisiva y los modos de lectura de la prensa gráfica;

- la pantalla de la computadora y su relación con el diario;

- el periódico «On Line»;

- la iconicidad de la escritura.

El texto verbal y la página

Desde el desarrollo de la imprenta y hasta nuestros días, el texto verbal escrito ha ejercido su hegemonía cultural y social (lo que Roger Chartier ha denominado «el orden del libro»). Ello es debido a determinadas propiedades, algunas de las cuales se vinculan con su objetividad: la espacialidad -el diario tiene un cuerpo y un formato, sea tabloide o sábana; la linealidad relacionada con un orden y un modo de lectura -la parte izquierda de la página es la «entrada» y la derecha, la «salida»-; la demarcación y sus límites -los de cada página como unidad y los del diario como totalidad-; la clara separación de texto verbal e imagen; la clausura -el diario es un texto «cerrado» y «encerrado» en el límite de páginas, columnas y líneas-.

Otra propiedad tiene que ver con la manera de vinculación con el lector a través de una comunicación diferida en el tiempo y en el espacio. Así, como texto verbal gráfico, se manifiesta en una superficie -la página-, un espacio que debe ser transitado en la lectura, lo cual implica la inserción de la temporalidad necesaria para la realización del recorrido lineal. Como se dijo, el texto queda, entonces, delimitado y encerrado en el espacio de la página, objetivado y ajeno ya a su autor colectivo.

Este autor y el lector, separados temporal y espacialmente, sólo se podrán comunicar por el texto, pero sin posibilidad de intercambio alguno. Al respecto, la única posibilidad de interacción autor-lector permisible en el diario son las «cartas de lectores», equivalentes, en última instancia, a las llamadas telefónicas y los televotos en la radio y la televisión.

Notas

⁽¹⁾ Jorge, Lilia, «El futuro de la prensa, desde la historia». En: *Diálogos de la comunicación*, Lima, 1998, N° 51; pág. 38.

⁽²⁾ Eco, Umberto, «Epílogo». En: Nunberg, Geoffrey (compilador). *El futuro del libro. ¿Esto matará eso?* Ed. Paidós, Barcelona, 1998; págs. 312-313. Las cursivas son nuestras.

⁽³⁾ Op. cit.; pág. 306.

⁽⁴⁾ Cortázar, Julio, *Historias de cronopios y de famas*. Ed. Minotauro, Buenos Aires, 1964; pág. 71.

⁽⁵⁾ Vacchieri, Ariana (compiladora) *El medio es la TV*. La Marca Editora, Buenos Aires, 1992; pág. 6.

⁽⁶⁾ Sartori, Giovanni, *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Ed. Taurus, Madrid, 1998.

⁽⁷⁾ Sarlo, Beatriz, *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Ed. Ariel, Buenos Aires, 1994; págs. 87 y 82.

⁽⁸⁾ Sarlo, Beatriz. *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Ed. Ariel, Buenos Aires, 1996; pág. 235.

⁽⁹⁾ Walter Benjamin ha considerado que, si bien siempre la obra de arte ha sido «susceptible de reproducción», a comienzos del siglo XIX su técnica alcanza un grado totalmente nuevo con la litografía: «Con la litografía, la técnica de la reproducción alcanza un grado totalmente nuevo. El procedimiento, mucho más preciso, que distingue la trasposición del dibujo sobre una piedra de su incisión en taco de madera o de su grabado al aguafuerte en una plancha de cobre, dio por primera vez al arte gráfico no sólo la posibilidad de poner masivamente (como antes) sus productos en el mercado, sino además la de ponerlos en figuraciones cada día nuevas. La litografía capacitó al dibujo para acompañar, ilustrándola, la vida diaria. Comenzó entonces a ir al paso con la imprenta. Pero en estos comienzos fue aventajado por la fotografía pocos decenios después de que se inventara la impresión litográfica.» V. Benjamin, Walter. *Discursos interrumpidos I*. Ed. Taurus, Madrid, 1989; pág. 18.

En suma: la fijeza y la inmutabilidad del texto impreso forman parte de su esencialidad.

En el caso específico del diario, tal fijeza no significa perdurabilidad, ya que su vigencia «expira» cotidianamente, al ser reemplazado por su sucesor, el cual también seguirá su misma suerte al día siguiente. Desde la ficción literaria, Julio Cortázar ha mostrado elocuentemente el circuito que sigue un diario al cabo de un día: quien lo compra, lo lee (es un diario) y lo deja abandonado en un banco de plaza (el diario ya es un montón de hojas impresas); un segundo individuo lo toma y lo lee, para dejarlo nuevamente abandonado; por último, una anciana lo encuentra, lo lee y envuelve con sus hojas medio kilo de acelgas, «que es para lo que sirven los diarios luego de estas excitantes metamorfosis.»⁽⁴⁾

Las propiedades puntualizadas, que en la actualidad cuestionan las diversas variantes del texto electrónico, han seguido sustentando hasta hoy el discurso de la prensa escrita, sin que ni la radio ni la televisión logran desplazarlo.

La imagen en la página del diario

Es un lugar común, pero no por ello menos cierto, la consideración del fin de este siglo como una época signada por la imagen, y, más precisamente, por la imagen percibida, «mediada», a través de los medios y las nuevas tecnologías. «Videocultura», «iconosfera»: son términos acuñados para dar cuenta de la situación iniciada, en buena medida, por la televisión, la cual, como dice Ariana Vacchieri, «nació maldita». Fue criticada desde sus orígenes por diversos sectores, pero esa crítica se complejizó a partir de los años 80: «La televisión se sofisticó y obligó a la crítica y a la teoría a complejizarse con ella. Actualmente estudiar la televisión es también, necesariamente, estudiar el video, el satélite, el videocable, los videotextos, los videojuegos, el videoclip; es decir, todas aquellas tecnologías que tienen a la televisión como soporte. Es estudiar una videocultura.»⁽⁵⁾

A su vez, Giovanni Sartori, por ejemplo, alerta sobre algo que la televisión genera: la sustitución del homo sapiens, con capacidad simbólica y cognoscitiva, con competencia para la abstracción, por el

homo videns, atrofiado y restringido a un conocimiento por contacto (perceptual) y sin capacidad de simbolizar y abstraer.⁽⁶⁾

Por otro lado, Beatriz Sarlo considera que «la sociedad vive en estado de televisión», dentro de una mimética «cultura espejo» donde todos pueden reconocerse y donde la TV es un «espacio mítico» y «al mismo tiempo próximo».⁽⁷⁾ En otro lugar, señala con un dejo de ironía: «Destrezas del futuro: sin duda, la posmodernidad es la etapa de la alfabetización mediática, por encima de la alfabetización de la letra.»⁽⁸⁾

Lo que interesa subrayar, en todo caso, es una coincidencia generalizada en la crítica respecto de que existe una crisis vinculada con los modos y las formas de representación.

La imagen como tal acompañó al ser humano desde sus orígenes y cumplió funciones estéticas, informativas, memotécnicas y religiosas en diversas culturas y civilizaciones.

Con la aparición de la imprenta, a partir del Renacimiento, y la progresiva generalización del libro como objeto de propagación cultural, comenzó a tener un lugar junto a la escritura, de la que era dependiente, ya que funcionaba como una «ilustración» de lo verbal. Se va así abriendo tímidamente paso en el mundo de la escritura y del texto impreso signado por la palabra.

Finalmente, el siglo XX le da la posibilidad de expandirse y tener validez independiente a través de la generalización de la fotografía y el cine, y la posibilidad de su reproducción técnica.⁽⁹⁾ A partir de allí, la imagen eclosiona mediante la televisión y sus derivados y todas las formas del texto electrónico (video, hipertexto, CDROM, Internet, la realidad virtual, etc.).

La imagen se abre paso a múltiples usos, se abre camino en un mundo signado por la cultura de la letra impresa, pasando así de un mundo simbólico a otros signos más naturales, a un mundo de representaciones perceptuales. En él parecería tener menos cabida la letra impresa, el prestigio de la escritura. Al mismo tiempo, surgen nuevos modos y formas de lectura, y una profusa bibliografía destinada a reafirmar la escritura y la lectura del código verbal: al respecto, no parece casual en la actualidad la publica-

ción de diversas obras referidas a la problemática y la historia de la lectura.

Las fotos en el diario

Paulatinamente, la página de prensa comienza a incluir la fotografía. A partir de los ochenta, por lo menos en la Argentina, la foto cobra verdadero protagonismo. Las primeras planas aparecen con fotos de grandes dimensiones, ahora en color, en detrimento del texto verbal, que se ve restringido o es enviado hacia páginas interiores. En los últimos años, además, la fotografía digitalizada ha facilitado también la circulación y la llegada a los medios gráficos.

Las fotos aparecen compitiendo con la letra y se llega a una especie de «equilibrio inestable» a través de las diversas relaciones y tensiones que se establecen entre lo icónico y la escritura, en una verdadera renegociación de los dos lenguajes con una finalidad informativa. Como lo explicita Lorenzo Vilches, quien realiza la conexión e integración icónico verbal es el propio lector a través de inferencias que se realizan en el acto de la lectura y que responden al desarrollo de competencias lectoras: «La conexión entre texto escrito y fotografía es más compleja que la de una simple funcionalidad comunicativa y se relaciona con las competencias tanto icónicas como verbales que, en un caso el redactor y en otro el lector, ponen en juego a través del diario». Y más adelante: «Tanto el texto icónico como el texto escrito poseen las competencias para ser realizados en un discurso coherente desde el punto de vista informativo. Pero quien realiza esa 'performance' indispensable es sólo el acto dinámico de lectura porque la conservación de una competencia no significa que se aplique correctamente.»⁽¹⁰⁾

Desde su lugar de «puesta en escena de la noticia» y «certificado de veracidad»⁽¹¹⁾, la fotografía de prensa puede desempeñar múltiples funciones, muchas veces no excluyentes, sino complementarias. Algunas de ellas son las que siguen:

-Información: la propia foto es noticia. Sustitución de lo verbal por la imagen.

-Documentación: certificación de veracidad de la información. La foto como prueba.

-Contextualización: sitúa a un personaje, una acción, un contexto histórico, social, etc.

-Ilustración: simple «glosa icónica» y espejo de lo escrito, es redundante desde el punto de vista informativo; en otros casos, actúa como ornamentación para romper la monotonía del texto verbal.

-Descripción: muestra detalles y características de un personaje, de un suceso o de un ámbito.

-Narración: la narración o relato es reemplazada total o parcialmente por una imagen. En este último caso, la imagen puede corresponder a la apertura del relato -por ejemplo inicio de un viaje- o a su desarrollo -generalmente «ilustran sobre el momento principal del acontecimiento en el cual el protagonista se convierte en su propio rol».⁽¹²⁾ En cuanto a las imágenes de clausura narrativa -las más frecuentes-, se refieren a los efectos o consecuencias del acontecimiento.

-Complementación: la foto complementa la imagen, mostrando un aspecto no mencionado, obviado en el texto verbal.

-Anticipación: la foto actúa como primer impacto noticioso -por ejemplo, en las primeras planas, anunciando un suceso y remitiendo al texto verbal en páginas interiores-.

-Metáfora: a veces puede sustituir y aludir indirectamente, a través de asociaciones, al verdadero significado que se le pretende atribuir. Con frecuencia se acude, en estos casos, a operaciones de foto-montaje.

Además de las posibles relaciones y negociaciones entre la imagen y el cuerpo textual verbal del diario, hay una relación peculiar más directa e interactiva, entre la foto y el pie de foto, constituyendo así un texto mixto. Este microtexto hace saber cuál es el contenido informativo de la imagen, generalmente la explica y la «ancla» verbalmente, indicando lugar, tiempo y personas.

Lorenzo Vilches, a partir de Newhall⁽¹³⁾, comenta e ilustra una posible clasificación de algunos tipos de leyenda tópicos de la foto de prensa, entendiendo por tales, a veces, textos de cierta extensión acompañados de imágenes⁽¹⁴⁾:

-Leyenda enigma: una frase sin relación con el texto central, lo que provoca una particular secuencia

⁽¹⁰⁾ Vilches, Lorenzo, *Teoría de la imagen periodística*. Ed. Paidós, Barcelona, 1987; págs. 71-72 y 74.

⁽¹¹⁾ *Ibíd.*; pág. 91.

⁽¹²⁾ *Ibíd.*; pág. 218.

⁽¹³⁾ Newhall, Nancy, «La legende: L'interrelation des mots et de la photographie». En: *Les cahiers de la Photographie*. 2, 1952.

⁽¹⁴⁾ Vilches, Lorenzo, *La lectura de la imagen. Prensa, cine y televisión*. Ed. Paidós, Barcelona, 1986; págs. 193-196.

de lectura, que se inicia en la foto, sigue con el pie de foto y regresa nuevamente a la imagen, para finalmente acudir a la lectura del texto central y así poder desentrañar y explicar la leyenda.

-Leyenda miniensayo: texto más bien extenso, acompañado de una sola fotografía con la que forma una unidad autónoma.

-Leyenda amplificadora o retórica: es «un texto donde no se expone ni se cuenta nada, sino que salta sobre el acontecimiento para exponer una nueva forma de ver»,⁽¹⁵⁾ que surge de la combinación de las connotaciones existentes en el texto verbal y en la imagen. Este tipo particular muchas veces produce efectos humorísticos y satíricos o irónicos, mediante asociaciones o juegos de palabras.

-Leyenda narrativa: el relato es verbal-visual e integra al redactor y al fotógrafo en un texto común.

-Leyenda aditiva: propia de la fotografía documental y testimonial. Un texto autónomo, muchas veces ya existente, acompaña a la foto; sumados ambos, funcionan como un texto mixto.

Una línea interesante de estudio, en los medios gráficos argentinos, sería el análisis de la relación foto/pie de foto en sus distintas variantes, estilos y funciones.

También es dable destacar que confluyen en el texto periodístico otros mensajes visuales, desde los dibujos y caricaturas hasta la gráfica: «...Visual en su totalidad, la 'gráfica' -mapas geográficos, redes camineras, diagramas- es ampliamente 'arbitraria', lo que la define no es su visualidad, que comparte con muchos otros sistemas, sino su propia organización».⁽¹⁶⁾ Así caracteriza Christian Metz las distintas variantes de la representación gráfica, «la parte racional del mundo de las imágenes».⁽¹⁷⁾ La representación visual de la información, a partir de la computadora, es hoy frecuente no sólo en el mundo de la investigación, sino también en los periódicos.

El paratexto en el diario

En la evolución y el diseño del periódico, incidieron, sin lugar a dudas, desde mediados del siglo XX, la aparición y consolidación de los medios audiovisuales. El periodismo gráfico debió enfrentarse con

dos consecuencias interrelacionadas: la necesidad de competir en el mercado, captado en gran parte por la radio y la televisión, obliga a crear un producto más vendible y atractivo, más impactante visualmente, y al mismo tiempo responder a las nuevas formas de lectura y a un nuevo tipo de lector, el «homo videns», más integrado al mundo sensible de la imagen que al inteligible, más afecto a la información de los sentidos que a la abstracción y la conceptualización de la escritura. El diario, entonces, interesará no sólo por su contenido, sino también por su continente icónico-verbal (formato, tipografía, fotografías, uso del color, distribución textual, número de columnas, tapa, organización de titulares, ilustraciones, secciones, páginas, etc.).

«El aspecto de los periódicos -afirma M.R. García- está cambiando con rapidez, debido, en parte, a una mejor presentación, más espacios blancos, nuevos tipos, fotos de mayor tamaño, publicidad mejor distribuida y una nueva ola de creatividad gráfica».⁽¹⁸⁾ De esta manera, y sobre todo a partir de los ochenta, el periodismo escrito responde a la impronta de la visualidad, con sustanciales cambios en aspectos morfológicos, dando preponderancia al diseño y a la concepción gráfica general. Se pone énfasis en la forma de presentación, en la diagramación, en el modo como el lector ve y lee el diario, ya que para poder competir en el mercado necesita ser atractivo a la vista. Surge así el llamado «periodismo óptico», basado principalmente en la atención a cuatro factores: utilización de caracteres más legibles, empleo de fotografías informativas, aplicación del color y creación de nuevas secciones.⁽¹⁹⁾

Todos estos elementos paratextuales cumplen una función mediadora: contribuyen a facilitar la lectura y la comprensión, favorecen una mejor recepción y permiten, por medio de índices perceptuales, que el lector elabore estrategias de lectura y que hipoteticamente luego leerá. Todo lector asiduo de un medio puede deslindar, a partir de estos aspectos formales -por ejemplo, de la ubicación, número de página, tipo de titulación, firma o no del texto, presencia o ausencia de fotos, recuadros, etc.-, si se trata de un texto de información, opinión, humorístico, un mensaje

⁽¹⁵⁾ Ibídem; págs. 192-194.

⁽¹⁶⁾ Metz, Christian, «Más allá de la analogía, la imagen». En: Metz, Christian y otros. *Análisis de las imágenes*. Buenos Aires, Barcelona, 1982; pág. 18.

⁽¹⁷⁾ Bertin, Jacques, «La gráfica». En: Metz, Christian y otros. Op. cit; pág. 215.

⁽¹⁸⁾ García, Mario R., *Diseño y remodelación de periódicos*. Pamplona, EUNSA, 1984. Citado por: Martín Aguado, J.A. *Lectura estética y técnica del periódico*. Ed. Alhambra, Madrid, 1987; pág. 19.

⁽¹⁹⁾ Ibídem; págs. 20-21.

publicitario, un editorial...En este sentido, todo lector cotidiano de un periódico crea una competencia particular que le permite ubicar con facilidad y discriminar la información que se le presenta.

Otra problemática que surge, ante estas cuestiones, es la de la relación existente entre información periodística y materialización de la información, lo cual permite analizar las incidencias y cambios entre las distintas formas de presentación y representación del contenido. Como plantea Nunberg, si bien no cambian las propiedades o la naturaleza de la información -fragmentación, uniformidad, cuantificabilidad-, sí lo hacen, influidas por su sintaxis y su forma material, las propiedades semánticas -objetividad, autonomía-, ya que éstas se relacionan con las estrategias de lectura y las competencias interpretativas de los consumidores.

La televisión y el diario

Más allá de la influencia obvia reflejada por la presencia de fotos, color y cambios tipográficos, que hacen que sobre todo las tapas o portadas del diario se metamorfoseen casi en revistas, tratando, quizás, de establecer un cierto paralelismo entre la página y la pantalla televisiva (luego, la pantalla de la computadora), la televisión tiene características discursivas propias que generan formas de lectura y ejercen su influencia en diseños y estilos del periodismo gráfico. Patrick Bazin, refiriéndose al posible impacto de la computadora en el lector, plantea una cuestión que podría aplicarse también a la televisión: al dejar de ocupar el texto impreso su posición central, al dejar de ser el objeto básico y único de referencia, se produce una reconfiguración centrada esta vez en el propio proceso de lectura. Proceso dirigido ahora hacia una politextualidad configurada por los textos de diferentes tipos -imágenes, sonidos, películas, bancos de datos, servicios de correspondencia o redes interactivas- que interactúan y se interfieren unos con otros. De esta interactividad progresiva y paulatina surge un nuevo modo de lectura: «una nueva dimensión (polimórfica, transversal y dinámica) que podemos denominar me-talectura».⁽²⁰⁾

Algunos rasgos del discurso televisivo permiten ser

referidos a la politextualidad y a la metalectura: por ejemplo, el fragmentarismo a que dan lugar los distintos programas en el continuum de la programación general, y, dentro de cada programa, las subdivisiones en unidades internas menores (los cortes publicitarios, los flashes informativos, adelantos de programación, anuncios de programación especial, mensajes solidarios, etc.). Esa discontinuidad y heterogeneidad tiene como contrapartida una continuidad indispensable para crear la unidad e integración de la programación general de una emisora: el llamado macrodiscurso televisivo.⁽²¹⁾

Tal tensión fragmentarismo/unidad también es observable en la estructura del diario, constituida por diversos tipos de cortes y trozos: secciones, suplementos, columnas, páginas; y, dentro de cada página, la multiplicidad de informaciones, descripciones de hechos diversos y acontecimientos que pueden leerse, y que, a veces, carecen de relación entre sí, pero que resultan homogeneizados en una misma presentación física, determinada por cánones periodísticos relativos al formato, la cantidad de columnas, las líneas.

Los textos aparecen condicionados, en muchos casos, por la diagramación y el espacio. Junto a la segmentación formal, en el diario se presenta una segmentación temporal, originada en su propia esencia y funcionalidad: «Todos los procesos históricos deben servirse como acontecimientos de inmediato significado diario, que ocurre cada uno en un único lugar; las universalidades o generalidades se presentan sólo en el contexto de sus manifestaciones particulares como 'noticia'».⁽²²⁾ Esta segmentación resulta contrapuesta, complementada y morigerada por las secciones, las remisiones a otras páginas y los editoriales, que actúan como elementos cohesivos y dan coherencia al discurso periodístico.

La fragmentación se vincula con la heterogeneidad textual, con la politextualidad: pueblan sus páginas editoriales, noticias, crónicas, entrevistas, cartas al director, publicidad, crítica de espectáculos o bibliográfica, tiras cómicas, información de servicios, comentarios, ensayos, informes. Esta politextualidad y heterogeneidad también se advierte en la televisión, donde muchos programas -por ejemplo, los noticie-

⁽²⁰⁾ Bazin, Patrick, «Hacia la metalectura». En: Nunberg, Geoffrey (compilador). Op.cit.; pág. 158.

⁽²¹⁾ González Requena, Jesús, *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Ed. Cátedra, Madrid, 1992.

⁽²²⁾ Nunberg, Geoffrey, «Adiós a la era de la información». En: Nunberg, Geoffrey (compilador). Op.cit.; pág. 123.

ros- abordan variedad de textos y géneros. En ambos medios, los géneros se fusionan y se hibridizan, y llegan a producir, a veces, una falta de límites entre información y opinión.⁽²³⁾

En suma, ambos medios, la televisión y el diario, exhiben así la tensión fragmentarismo/unicidad a través de segmentos discretos que, simultáneamente, buscan la integración en un macrodiscurso que los contenga: la programación total de un canal o la totalidad del diario.

Otros puntos de contacto que podrían establecerse tienen que ver con la espectacularización de la información, hecho que se magnifica más aún en la televisión. Como plantea Sarlo, el efecto de mostración lleva al medio a tener el show como «estilo marco», inclusive, para el noticiero, con su mezcla genérica o para los programas de opinión. El lema de «*Hora Clave*», el programa de Mariano Grondona, por ejemplo, es «Un espectáculo para pensar», con lo que se intenta marcar dos cuestiones: una, el común denominador de la televisión, el show, pero, simultáneamente, el indicio diferenciador que señala el componente «pensar». De ello se infiere que, si este show conduce a la reflexión, los demás son solo mostración e impacto de imagen.

En cuanto a los medios gráficos, como ya se ha dicho, logran ese efecto a través del protagonismo fotográfico, de las fotografías de grandes dimensiones, o de tapas «de llamada» que producen desde lo perceptual, un fuerte efecto receptivo.

Y, en lo que atañe a la relación entre texto verbal e imagen en los programas televisivos, quizás el género más apropiado para cotejar con la prensa sea el telenoticiero, donde, como plantea Oscar Landi, la imagen autentifica el discurso lingüístico y le otorga verosimilitud, es decir, cumple con las funciones básicas que también se presentaron oportunamente para el medio gráfico.⁽²⁴⁾

Finalmente, interesa referirse al zapping como forma de lectura interactiva del televidente. La fragmentación, la velocidad y la heterogeneidad propias del medio han generado en el telespectador una nueva forma de lectura o de metalectura y de organización del discurso televisivo, con cierto parentesco con el videoclip, generada por el control remoto, al que

Sarlo llama «máquina sintáctica», por cuanto otorga al espectador el poder de realizar y ejercitar un montaje personalizado. La ensayista ha hecho una excelente caracterización de esta estrategia: La instantaneidad, la rapidez, la sucesión ininterrumpida de imágenes reiteradas y redundantes que limitan la información pero que, al mismo tiempo producen «un efecto de información»; la modificación sufrida por el medio a partir del zapping: de ser hace medio siglo «una atracción basada en la imagen se ha convertido en una atracción basada en la velocidad». Estética del parpadeo, saturación de imágenes, reiteración, heterogeneidad y uniformidad, instantaneidad, yuxtaposición y adición son algunas de las cualidades del zapping.⁽²⁵⁾

Página-mosaico, troceada, interrumpida, salteada, con grandes titulares y fotos «espectaculares»: esta vez no es un zapping creado por el lector. El diario le es dado objetivamente con una estructura impresa, con una territorialidad zapping, para que él, sí, utilice la misma estrategia: ojear, hojear, barrer los titulares y tener así el «efecto de información» casi con el solo mirar. Pero también, convengamos, el diario permite la selección y el abordaje en profundidad de artículos que realmente proporcionen al lector la información y le posibiliten la reflexión.

Por otra parte, en estos entrecruzamientos entre medios y lenguajes, habría también una cuestión interesante por mencionar: el deseo de la prosa periódica, por impronta de la imagen, de volverse icónica, de mimetizarse con los medios, a través de descripciones minuciosas de personajes y ambientes, o de titulares metafóricos, creadores de imágenes visuales o táctiles.

Finalmente, un aspecto de ineludible tratamiento es el impacto del texto electrónico, del hipertexto, en la cultura escrita. En este sentido, deberían cotejarse dos cuestiones.

La primera cuestión se refiere a los efectos en el medio gráfico tradicional: las consecuencias de la pérdida de bordes del texto, la desaparición del papel como soporte, el reemplazo de la lectura intensiva por la extensiva, la interactividad que permite el cambio en las relaciones comunicacionales (queda borrada la comunicación diferida), la politextualidad y la coexis-

⁽²³⁾ La crítica a esta cuestión apareció en La Nación, en la sección «Espectáculos», el 7/3/ 99 con el título de «Los fiscales de la noticia»; allí se desarrolla en dos páginas la problemática de los noticieros televisivos de la televisión abierta: su descenso considerable en el rating señalado por una encuesta de Ibope, la reducción de programas de esta índole en cuarenta y cinco horas semanales, debido al levantamiento de varios informativos, y el desplazamiento de funciones de los conductores, quienes de informadores pasaron a editorializadores, con la consecuente conversión de la información en opinión. Al mismo tiempo, en algunos canales se dedica más espacio a problemas vecinales, a noticias policiales o a noticias de interés general, haciéndose escaso hincapié en la información política, para evitar, seguramente, los compromisos que puede ocasionar un año electoral.

⁽²⁴⁾ Landi, Oscar, «Mirando las noticias». En: Vacchieri, Ariana (compiladora). Op. cit.; págs. 78-82.

⁽²⁵⁾ Sarlo, Beatriz, «Capítulo II. El sueño insomne». En: *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Op. cit.; págs. 57-105

tencia de diversos lenguajes, la funcionalidad verbal-visual-sonora, etc. Por ejemplo, cómo adquieren características «hipertex-tuales», de página-pantalla, algunos medios, con especial énfasis en lo visual. El caso paradigmático es el periódico norteamericano «USA Today» que presenta una organización gráfica de tapa con rasgos morfológicos cercanos al texto electrónico. En nuestro medio, se advierten algunos elementos significativos: así, en *Clarín* hay profusión y variedad de colores, una importantísima presencia de fotos, dibujos, mapas e indicadores icónicos climáticos, y de infografías (respecto de las infografías, véase el apartado siguiente). La página, sobre todo la portada, presenta rectángulos semejantes a los de la pantalla multimedia, con pequeños dibujos o fotografías que visualmente se asemejan a los botones icónicos de la computadora.

La segunda cuestión por abordar sería el estudio de las versiones de la prensa «On-line» y sus relaciones con la prensa tradicional; por el momento, se advierte el proceso inverso al que hemos descripto: el periodismo electrónico copia más bien formatos y estilos, mimetizándose con el periodismo gráfico.

La síntesis discursiva: la infografía

Como otra manera de dar respuesta a los nuevos hábitos de lectura visual rápida y debido a la posibilidad generada por computadoras de producir gráficos en el tiempo requerido por el diario, aparece, en los noventa, en los diarios argentinos, una nueva técnica, un nuevo modo de presentar la información que es, simultáneamente, un nuevo género periodístico gráfico: la infografía.

Si bien surge en los tabloides norteamericanos, llega a la Argentina por otra vía: «Sin embargo, la explosión infográfica en nuestro país tendría otro origen. A comienzos de los '90, ante los juegos olímpicos de Barcelona y contrariando la tradición iconoclasta de la mayoría de los diarios europeos, los tabloides españoles, que escribieron con ímpetu moderno el capítulo del posfranquismo, darán rienda suelta a las imágenes y lograrán hacerse ver en otros contextos. Las áreas deportivas y de lectura distendida -suplementos de fin de semana, revistas dominicales- son

el escenario de este nuevo lenguaje que se impone como modelo de lectura moderna.»⁽²⁶⁾

Este «nuevo lenguaje» es sincrético: heredero directo de la gráfica tradicional -tablas, mapas, cuadros- y de la historieta, combina e integra códigos icónicos con el código verbal, con el objetivo de presentar sintética y visualmente una información amplia y precisa, «para lo cual un discurso verbal resultaría más complejo y requeriría más espacio.»⁽²⁷⁾

Si bien existen en libros y revistas infografías de otra índole -las llamadas «ilustrativas»- relativas a cualquier temática más universal y atemporal, la infografía periodística de actualidad inmediata reviste otra funcionalidad. Permite presentar gráficamente información imposible de fotografiar: un accidente de aviación o de tránsito, un atentado, un asalto a un banco, un crimen, etc. En algunos casos, si existen fotografías sobre las consecuencias de un hecho, también son incluidas junto a su reconstrucción narrativa.

La infografía, como nueva narración visual periodística, como relato sintético para mirar, combina el diseño, la ilustración y lo verbal con la rigurosidad informativa del periodismo, sin descuidar la dimensión estética, fraccionando, secuenciando y a la vez cohesionando y unificando una información. Por eso, esta forma, producto de la videocultura y de los videolectores, abre un nuevo espacio para el desarrollo del estudio de los lenguajes en la prensa gráfica.

Conclusiones

1. La aparición de nuevos medios y tecnologías sustentadoras modifica la relación de fuerzas entre los mismos, creándose interacciones, préstamos y nuevas fisonomías, producto de las diversas tensiones y asociaciones entre los lenguajes.

2. En esa interacción se produce un doble movimiento: a) de diferenciación, que busca la profundización de los rasgos idiosincrásicos o nuevas vías, pero partiendo siempre de la potenciación de su identidad; b) de mimetización con el medio masivo más novedoso, tomando rasgos o buscando sustituciones o equivalencias.

3. En el caso de la prensa gráfica, surgieron en su momento como nuevas vías de profundización el

⁽²⁶⁾ Lo Celso, Alejandro, «De oficio, infógrafo». En: *Revista Tipográfica*. Buenos Aires, Nº 40; pág. 11.

⁽²⁷⁾ Colle, Raymond, «Estilos o tipos de infógrafos». En: *Infografía periodística*. <http://www.puc.cl/cursodist/infograf/texto/igraf6.html>

periodismo interpretativo, el periodismo de investigación y el nuevo periodismo. En cuanto al movimiento de asimilación de la cultura audiovisual, se advierten rasgos como la importancia en el diseño y la diagramación, la proliferación de la imagen y la gráfica, es decir, la sustentación en un fuerte aparato paratextual, hoy sobredimensionado.

4. Puede advertirse una correlación o correspondencia entre propiedades y características del medio televisivo y electrónico y la prensa gráfica: fragmentación/integración, espectacularización, hibridación genérica, adecuación a nuevas modalidades lectoras, búsqueda de televidentes/lectores más particularizados, a través de la televisión por cable y, en el caso de la prensa, mediante ediciones especiales, revistas, secciones de páginas especiales que

cada vez cobran mayor amplitud, para, al mismo tiempo, responder a las demandas de mayor cantidad de consumidores.

5. Como forma propia de la videocultura, en su carácter de narración sincrética y sintética, la infografía abre un nuevo campo y una nueva relación de fuerzas entre los lenguajes en la prensa gráfica.

ACLARACIÓN: El presente trabajo retoma y amplía aspectos ya abordados en uno anterior. V. Sanucci, María Elena. «A propósito de la prensa escrita. ¿ocaso o renacimiento?» En: *Oficios Terrestres*, Año 1, N°1, 1995; págs. 62-67.

(*) Docente e investigadora de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP